

Con el apoyo de:

Guía de producción RADIOFÓNICA

Lenguaje, géneros y herramientas

Lilliana León Zúñiga y Joaquín Tapia Arenas



Guía de producción radiofónica

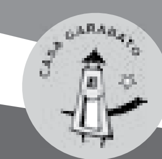
Centro de Comunicación Voces Nuestras
Costa Rica
Teléfono: (506) 2283-2105
www.**vocesnuestras**.org
info@**vocesnuestras**.org

Escrito por:
Lilliana León Zúñiga y Joaquín Tapia Arenas

Edición, producción, diseño:

Casa Garabato
Ruth Angulo y Tatiana Soto
www.casagarabato.com

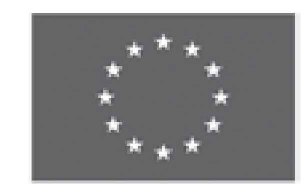
Impreso en All Graphics S.A.
San José, Costa Rica. 2011



384.541
T172g Tapia Arenas, Joaquín
Guía de producción radiofónica: Lenguaje, géneros y herramientas
/ Joaquín Tapia Arenas ; Lilliana León Zúñiga. – 1 ed. –
San José, C.R. : Voces Nuestras, 2011.
18 p. : 22 X 28 cm.

ISBN: 978-9968-787-10-9

1. Radiodifusión. 2. Radio – Programa - Producción. I. León
Zúñiga LillianaBlanco II. Título.





Indice

Introducción. ¿Por qué hacer Radio?.....................................pág 7

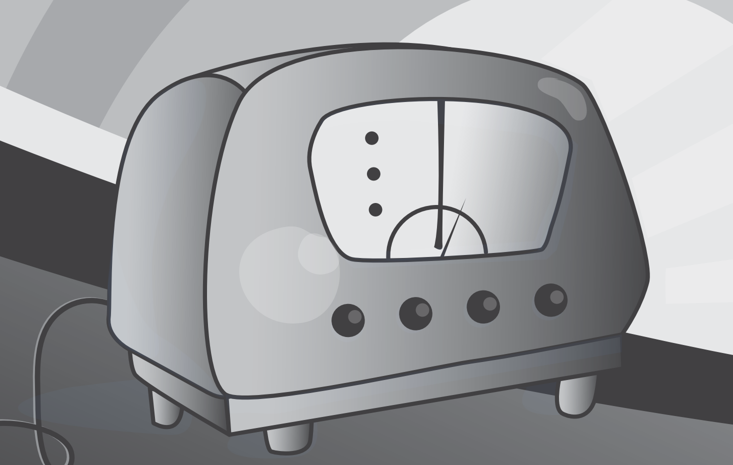
Modulo A Introducción a la Radio

Capítulo A.1. El Lenguaje Radiofónico................................pág 8

Capítulo A.2. Perfil de Programa de Radio y
Técnica de Producción..pág28

Bibliografía. Sitios Web consultadas......................................pág 32

módulo A.1
introducción a la radio



¿Por qué hacer Radio?

Actualmente la propiedad de los medios de comunicación se concentra en pocas manos y en su mayoría están comprometidos con un modelo de Radio Comercial, donde su prioridad es lucrar con los espacios publicitarios en su programación. Es así como los contenidos que fomenten discusión y participación de temas relevantes para la juventud se han visto reducidos y opacados por un estilo que proyecta más prejuicios que respeto real hacia las y los jóvenes.

Para producir Radio es importante tener las herramientas para enfocar de la mejor manera esta opción de alterar la percepción estereotipada hacia la persona joven.

Con esta guía pretendemos facilitar herramientas que activen la participación en los procesos de creación de noticias, información, entretenimiento y material culturalmente relevante.

En este documento asumimos con respeto y responsabilidad la oportunidad de participar en los procesos de comunicación en nuestro entorno. De esta manera debemos aprovechar también la tendencia actual de las redes sociales y la "libre" publicación de contenidos multimedia en Internet.

Pretendemos que las actitudes de los participantes se vean reflejadas en el estilo y en los contenidos, definiendo enfoques, lenguaje, música, etc. comprometidos con la participación, inclusión y multiplicación de conocimiento.



Capítulo A.1. El Lenguaje Radiofónico

La radio como medio de difusión posee una calidad intima de tu a tu, que la mayoría de los otros medios no tienen.

Uno de los factores más importantes de la radio es que su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, efectos sonoros y música.

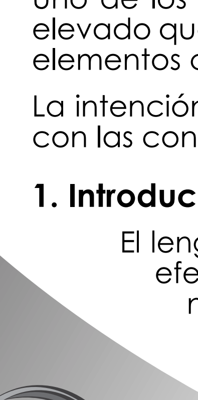
La intención de este capítulo es familiarizarnos con los elementos del lenguaje radiofónico y con las condiciones básicas para una producción de calidad.

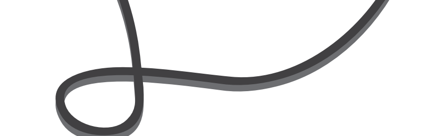
1. Introducción al lenguaje radiofónico

El lenguaje radiofónico está compuesto por cuatro elementos: la palabra, la música, los efectos sonoros y los silencios, cuya combinación depende de la intencionalidad de nuestro mensaje o narración.

1.1. La palabra

La palabra es la herramienta de comunicación humana más antigua y está ligada a la evolución del homo sapiens, la voz es sin duda algo primordial en nuestras vidas, y se define como un sonido producido en una estructura llamada laringe y se modifica en las cavidades de resonancias, las cuales funcionan como un amplificador y un ecualizador de audio.Se recomienda evitar el uso de palabras complicadas y oraciones subordinadas. Desarrollar una sólo idea a la vez.







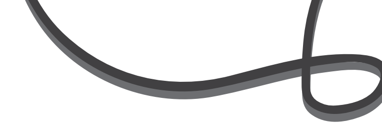
Al hablar o escribir debemos emplear un lenguaje directo, breve y conciso. Las palabras deben ser sencillas, concretas, cercanas a la gente (coloquiales).

La comunicación con la audiencia deber ser espontánea y rítmica.

Además, la reiteración es una de las necesidades del lenguaje radiofónico. Se debe recordar constantemente a la audiencia de qué estamos hablando, pues hay personas que se unen a la transmisión una vez que el programa ya inició, entre otras consideraciones, como es la retención del mensaje en la mente de las personas que nos escuchan.

Parte de los objetivos del lenguaje radiofónico es tratar de decir la mayor cantidad de información en pocas palabras, de manera clara y sin saturar.

Un uso correcto del lenguaje radiofónico facilita el proceso de compartir, contar, explicar de manera amena para que la otra persona sienta una compañía y un apoyo. Somos personas hablando con otras personas.





1.2. La música

La música es una de las manifestaciones artísticas más comunes y enriquecedora que el ser humano ha desarrollado.

Se define como el arte de organizar sensible y lógicamente una combinación coherente de sonidos y silencios utilizando los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo.

- Funciones de la Música

En términos generales la música puede cumplir dos funciones:

- Función emotiva: permite sugerir un cierto clima emocional y crear una atmósfera sonora.

- Función descriptiva: permite describir un paisaje, ubicar la escena de la acción o/y el lugar donde suceden los hechos.

Además, la música sirve para:

- Sintonía: identificar un programa específico.
- Introducción: nos indica el inicio de un tema o una sección específica del programa en general.
- Cierre musical: permite marcar el cierre de una sección o tema específico dentro del programa en su totalidad. También hace referencia a la música que indica la finalización del programa.
- Cortina musical: separa secuencias, contenidos o bloques temáticos de un programa.
- Ráfaga: es una música breve que señala una transición en el tiempo. También puede ser utilizada para separar secuencias, contenidos o bloques temáticos, con la salvedad de que su duración es mucho menor que la de la cortina. Al ser un espacio tan breve permite ir marcando de una mejor manera el ritmo general de los bloques y del programa en general.
- Golpe musical: música muy breve (de 2 a 3 acordes) que permite dar énfasis a una acción.
- Tema musical: permite identificar una “escena” de manera tal que se escoge un determinado tema para identificar un lugar, o un personaje o un momento en el tiempo.

1.3. Efectos sonoros

Los efectos sonoros ayudan la construcción de imágenes radiofónicas que acercan los temas a las realidades de quien los escucha.

Además ayudan a ambientar y a describir, permitiendo a la audiencia que se ubique en el entorno donde se desarrolla el tema, dándole así realismo a nuestra narración.

Los efectos sonoros pueden también cumplir una función narrativa. Por ejemplo cuando en una secuencia radiofónica escuchamos a una mujer que conversa por teléfono y le dice a la otra persona que tiene que colgar porque tiene que irse para el trabajo.

Después de este diálogo escuchamos una puerta que se cierra y un carro que se enciende, para dar a entender que la mujer cerró la puerta de su carro y lo encendió para dirigirse a su trabajo. Aquí, la puerta y el carro encendido son efectos con función narrativa.

1.4. El silencio

Permite realizar transiciones de espacio y distancia entre lugares y personajes. También permite marcar ritmos de interacción en una conversación (marcar espacios de duda, de reflexión) y así aporta en la construcción de estados psicológicos y construcción de espacios sonoros.

Por ejemplo, retomando el caso de la mujer que hablaba por teléfono y se dirigía a su trabajo, luego de que suenen los efectos de puerta y carro arrancando, se puede construir un ambiente de calle y luego el sonido de la campana de un





ascensor y un silencio y luego la mujer saludando a la gente de la oficina. Este silencio nos comunica una transición en tiempo y espacios.

Cada uno de los elementos del lenguaje radiofónico representa una determinada función en una composición radiofónica. No representan un mero adorno formal y por eso hay que pensar bien su utilización para no provocar el efecto contrario: entorpecer la narración.

Con esos elementos se elaboran cuñas, notas informativas, micro programas, revistas radiofónicas, hacer radio arte y dramatizados.

2. Géneros Radiofónicos

Los géneros no tratan de ningún tema en concreto, son formas o estructuras definidas en las que se acomodan distintos temas o materias narradas.

Con frecuencia, se confunden los conceptos GÉNERO y FORMATO.

Vamos a intentar desenredarlos. La palabra GÉNERO tiene una raíz griega que significa “generación”, “origen”. Digamos que los géneros radiofónicos responden a las características “generales” de un programa.

La palabra FORMATO viene del vocablo latino “forma”. Los formatos son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos.

Los GÉNEROS son los “modelos abstractos”. Y los FORMATOS son los “moldes concretos” de realización.

A continuación veremos los géneros radiofónicos según el modo de producción de los mensajes.

Estos son los tres grandes géneros de la radiodifusión, la clasificación más común de los programas que transmitimos:

2.1. DRAMÁTICO **2.2. GÉNERO PERIODÍSTICO** **2.3. MUSICAL**

2.1. Género dramático

El drama es un género de “ficción”. Muchas veces se inspira en hechos reales, pero trabaja con “lo que podría pasar”. Eso sí, aunque estemos en el terreno de la imaginación, la acción que se representa debe ser “verosímil”, pudo haber pasado. Debe ser creíble.

En cuanto a los FORMATOS, el género dramático abarca bastantes y variados:

- En la FORMA TEATRAL, tenemos los radioteatros, radionovelas, series, sketches cómicos, personificaciones, escenas, diálogos, monólogos de personajes…
- En la FORMA NARRATIVA, están los cuentos, leyendas, tradiciones, mitos, fábulas, parábolas, relatos históricos, chistes…

- En FORMAS COMBINADAS (mezcla de otros géneros), aparecen las noticias dramatizadas, cartas dramatizadas, poemas vivos, historias de canciones,

2.2. Género periodístico

El género periodístico se vincula con la realidad, con los acontecimientos concretos. ¿A quién le ocurrió qué? La noticia quiere alcanzar la verdad de los hechos.

Estamos ante un género documental: se muestra y se demuestra “lo que ha pasado”. La información que se presenta debe ser verídica y apoyada por fuentes que así lo afirmen.

El género periodístico también abarca muchos FORMATOS:

- En el PERIODISMO INFORMATIVO están las notas simples y ampliadas, crónicas, semblanzas, boletines, entrevistas individuales y colectivas, ruedas de prensa, reportes y corresponsalías…
- En el PERIODISMO DE OPINIÓN tenemos comentarios y editoriales, debates, paneles y mesas redondas, encuestas, entrevistas de profundidad, charlas, tertulias, polémicas…
- En el PERIODISMO INTERPRETATIVO y de INVESTIGACIÓN el formato que más se trabaja es el reportaje.

2.3. Género musical

Si los géneros anteriores se ocupaban de la bondad y la verdad, el género musical tiene relación con la expresión pura y espontánea del arte.

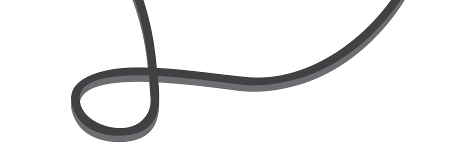
El género musical se puede dividir en diferentes SUBGÉNEROS, los mismos que sirven para clasificar ordinariamente nuestras discotecas: MÚSICA POPULAR, CLÁSICA, MODERNA, BAILABLE, FOLKLÓRICA, INSTRUMENTAL, INFANTIL, RELIGIOSA…

También son múltiples son los FORMATOS del género musical: programas de variedades musicales, estrenos, música del recuerdo, programas de un solo ritmo, programas de un solo intérprete, recitales, festivales, rankings, complacencias, etc

3. La Entrevista

La entrevista es una herramienta que nos ayuda a generar participación. Hay entrevista individual y entrevista colectiva. La diferencia consiste en que cuando se hace una entrevista colectiva las preguntas se van repartiendo entre las personas invitadas. Nunca se hace la misma pregunta a todas las personas.

Es preferible que una sola persona conduzca la entrevista, para no distraer o marear a la persona entrevistada.



3.1. ¿Para qué nos sirve la entrevista?

Con una entrevista, podemos profundizar temas de interés general y crear opinión pública a favor de los intereses de la juventud y otros sectores excluidos.

También sirve para conocer la apreciación de una persona respecto a algún tema específico.

3.2. Tipos de preguntas en una entrevista





- De aclaración: Sirve para conocer más datos sobre el asunto.

  Ejemplo: ¿Qué pasó? ¿Cuántos?

- De análisis: Sirve para descubrir las causas y para profundizar respuestas artificiales.

  Ejemplo: ¿Por qué? ¿Cómo?

- De acción: Sirve para pasar de la teoría a la práctica.

  Ejemplo: ¿Que se propone? ¿Quién participa?





3.3. Otros tipos de preguntas…

- **Preguntas cerradas:**

Son las preguntas que se pueden responder solo con un SI o con un NO. Las preguntas cerradas solo se usan para precisar un dato.

Ejemplo: ¿Tienen los jóvenes acceso a Internet aquí en la comunidad?, ¿Han solicitado ya el Internet?

- **Preguntas abiertas:**

Son las que comienzan por ¿Cómo?, ¿Por qué?, ¿Qué le parece?, ¿Qué opina sobre? Con las preguntas abiertas las personas tienen la oportunidad de dar su opinión.

Ejemplo: ¿Qué opina usted sobre la deserción escolar?, ¿Por qué se está dando esta situación en los colegios?

3.4. Consejos Útiles

- **Antes de la entrevista**

Investigue el tema y distintos enfoques sobre el mismo.

- Seleccione bien a la persona que va a entrevistar.

- Piense y ordene bien las preguntas. Se acostumbra a realizar una guía de 3 preguntas, conforme avanza la entrevista surgen más preguntas.



- **Durante la entrevista**

- Tenga una libreta y lapicero a mano.

- Propicie un clima de confianza. La persona debe saber lo que va a durar la entrevista para que colabore y no se extienda con sus respuestas.

- Las preguntas deben ser breves y al grano.

- No haga comentarios antes de cada pregunta, ya que buscamos que sea el entrevistado el que de su opinión.

- Realice una pregunta a la vez.

- Siempre use un tono vivo y animado en la entrevista.

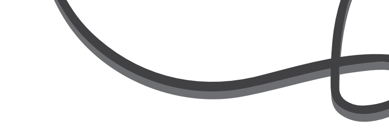
- Revise que se esté grabando o saliendo al aire, mediante audífonos o algún otro monitor de lo que se este grabando.

- Grabe lo que realmente se necesite.

- **Después de la entrevista**

- Se puede editar los espacios de silencios y las repeticiones. Esto se hace para ajustar la entrevista al tiempo que se necesita.

- Si la entrevista es grabada, archive solo aquello que realmente vaya a utilizar o para verificación de la información y como respaldo, guarde el programa completo.



4. Herramientas Radiofónicas

4.1. Cuña

Es uno de los formatos más variables y el más corto. Su efecto está basado en la repetición. En la redacción mientras menos verbos mejor. Sugiere no impone.

Para una cuña de 30 segundos bastan unas 20 palabras.

Hay cuñas testimoniales, dramatizadas, informativas, de adaptación literaria.

Se acostumbra a usar un lema en la cuña como mensaje principal y afirmativo.

En la programación radiofónica, un promedio de 5 cuñas diarias causa buen efecto del mensaje.

El formato es ideal para anuncios de eventos, campañas, etc.

4.2. Promocional (Promo)

Es un estilo de cuña utilizado para promocionar programas, cambios de horario o algún otro aviso importante.

Se utiliza música con el estilo y perfil de la radio y se acostumbra la locución de la voz oficial de la emisora.

4.3. Mantenimiento

Es el recurso que ayuda a mantener a mano la información del programa como el correo electrónico, número telefónico de cabina, etc.

Se acostumbra a utilizar entre cambio de canciones o secciones en un programa, y ayuda a dar un respiro al desarrollo del programa.

4.4. Sello o Identificación

Puede ser un puente musical, parte de la presentación o identificación principal del programa. También ayuda a cambiar de tema o canción pero es más estilo ráfaga que el mantenimiento.

4.5. Microprograma

Reúne varios recursos técnicos como música, efectos, voz, se puede producir con anticipación para incorporarlo a un programa más amplio. Los micros van de 2 a 5 minutos preferiblemente. En ellos se pueden trabajar temas concretos para profundizar.

4.6. Cortinas

Son las presentaciones tanto de los programas como de secciones dentro de él, se acostumbra a elaborar cortinas de entrada y salida (presentación y despedida del programa o sección).



4.7. Dramatizados

Se trabajan historias cortas, que tienen como característica básica un conflicto que exponer. Se usa para mostrar un pedazo de la realidad, sin juicios, ni valoraciones. Sirven para generar reflexión y opinión. Se requiere de una buena historia que contar, buena actuación y buen guionista.

5. Roles y Funciones

5.1. Conductor/a - Animador/a

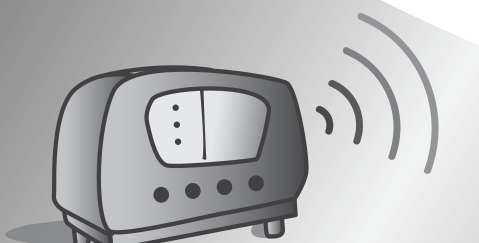
Lleva adelante el programa. Depende de la propuesta, puede haber uno o varios conductores. El principal requisito es tener deseos de comunicarse, contar con buen humor, sencillez y deseos de profundizar los puntos de vista que exponga.

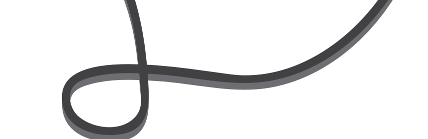
Debe usar un lenguaje claro, sencillo, cálido, seductor, que convoque a la audiencia a interesarse en los temas, a participar, a reírse, informarse, a sentirse parte de la propuesta. Es conveniente no usar voces o modos acartonados.

¡Todo lo contrario. Conquistar al oyente con naturalidad!

5.2. Productor/a

Es un personaje fundamental, pero detrás del micrófono, porque su tarea es organizar el programa, se puede decir que es la cabeza del proyecto. Maneja el guión del programa, es como si tuviera el programa





en la cabeza antes de que salga al aire. La persona que hace la producción tiene que estar en todo, desde la búsqueda de información, la preparación de los entrevistados, hasta pensar las cortinas, los efectos, la música, estar pendiente del teléfono, "asistir" o "ayudar" a la gente que está en el aire.

También y de acuerdo a las características de cada programa, es la persona responsable de programar la musicalización, selecciona los temas más adecuados. Aquel tema musical que transmita mejor el mensaje, que provoque determinadas sensaciones, que transmita sentimientos o emociones o le dé ritmo vertiginoso las noticias o la información deportiva y que responda a las inquietudes de la audiencia.

5.3. Operador/a

El Operador/a está al mando de los controles, maneja la consola de sonido, cassettes, discos compactos y en algunos casos, la salida al aire digital, que es cuando se usa una computadora con programas especiales de audio.

Debe tener instrucciones claras y precisas brindadas por el grupo de gente que está en la producción, como una guía de cada bloque del programa, con indicaciones de la música, los testimonios, los efectos, y todos los recursos que parezcan convenientes.

No se ve, pero se siente. Es fundamental para darle ritmo al programa, que suene ágil, dinámico, y hasta ¡divertido!



Recuerda que forma parte del equipo de trabajo, por este motivo hay que tener en cuenta sus observaciones y aportes.

6. Condiciones para lograr buenas producciones radiofónicas

6.1. Conocer a nuestra audiencia

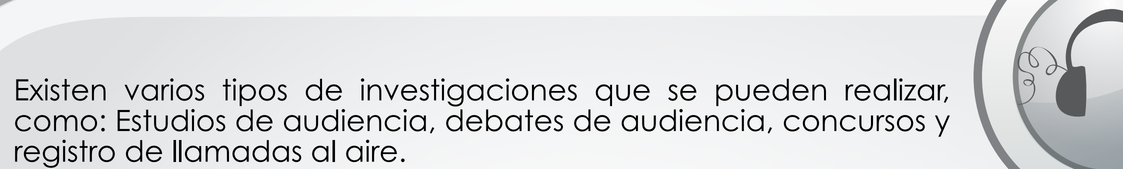
"Conocer a la audiencia no es sólo contar oyentes y describir sus comportamientos y gustos, es también comprender el papel que la radio juega con las distintas facetas de su vida"

María Cristina Mata



Para conocer nuestra audiencia debemos hacernos las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes son?
- ¿Qué edad tienen?
- ¿A qué se dedican?
- ¿Cómo llegaron a oírnos?
- ¿Qué opinan de lo que hacemos?
- ¿Qué sugerencias nos hacen?



Existen varios tipos de investigaciones que se pueden realizar, como: Estudios de audiencia, debates de audiencia, concursos y registro de llamadas al aire.

A continuación un ejemplo de sondeo de audiencia:

- Lugar donde nos sintoniza:
- Sexo:
- Edad:
- ¿A qué se dedica?
- ¿Escucha radio?
- ¿Cuál emisora prefiere?
- ¿Qué clase de música le gusta más?
- ¿Cuáles cantantes te gustan más?
- ¿Qué música no te gusta escuchar?
- ¿Con que música te gusta levantarse?



- ¿Con que música te gusta trabajar?
- ¿Con qué música te gusta pasar la noche?
- ¿Cuál es el programa musical que más te gusta?
- ¿Por qué?
- ¿Cómo se enteró de nuestro espacio radiofónico?
- ¿Qué nos sugiere para mejorar nuestro espacio?

Aprovecha para dedicar una canción a quien quieras.

- ¿Cuál tema dedicamos?





6.2. Escuchar radio… mucha radio

Para escribir bien hay que leer… para producir radio hay que escuchar radio. Radio nacional, radio por Internet, radios clásicas, populares, alternativas, malas, buenas, pero hay que escuchar radio.

De esta manera podemos inspirarnos, aprender y tratar de no hacer "más de lo mismo".

6.3. Experimentar e inventar

El desarrollo experimentado por la tecnología digital así como el acceso que hoy existe, nos invitan a apropiarnos del software de edición y a animarse a probar formatos nuevos.

Cada vez dependemos menos de los expertos y lo técnicos para hacer nuestras producciones y a utilizar los pre-grabados y entrarle a la post-producción.

módulo A.2

perfil de programa de radio y técnica de producción



1. ¿Cómo hacer un programa de Radio?

Primero lo que debemos establecer es ¿Qué tipo de programa se va a realizar?

Hay que definir si el programa será pre-grabado o si se va a transmitir en vivo.

1.1. Programa Pre-grabado

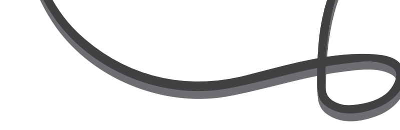
Es una producción que se realizará de forma grabada y que después se transmitirá en un horario definido por la estación radiofónica, este tipo de programa implica una etapa de pre y post- producción.

1.2. Programa en vivo

Es una producción que se realiza en el mismo momento que se transmite al aire a través de la estación radiofónica. Normalmente solo tiene una etapa de pre-producción.

Una vez que definimos que tipo de programa haremos, debemos establecer los siguientes aspectos:

- Definir el concepto
- Establecer el objetivo (Como producto comunicativo)
- Nombre del programa
- Tiempo de duración y periodicidad
- Horario de transmisión



- Público al que va dirigido
- Secciones del programa. (Definir la dinámica de cada sección)
- Definir el equipo de producción
- Colaboradores. (Para el trabajo complementario de la producción)
- La publicidad. (Establecer los cortes comerciales y patrocinadores para el programa).

Luego tendremos que planificar los tiempos del programa.

Recomendamos establecerlo por bloques, por ejemplo: Si se trata de un programa de una hora, podemos dividirlo en 5 bloques, cada uno de 5 a 7 minutos.

Al término de cada bloque podemos acomodar un bloque de anuncios, cuñas, mantenimientos o música.

De esta forma asignamos un contenido a cada bloque, según el orden de temas que manejemos a la hora de producir el programa.

En este formato solo se establece la continuidad del programa, el locutor debe improvisar los contenidos, desde luego tiene que tener conocimiento de lo que va a decir.

Este orden nos lleva a realizar las guías o guiones.

Recordando que hay dos tipos de programa, el pre-grabado y el que es en vivo, recomendamos dos formatos de guión, cada uno se adapta al tipo de programa.

Para el programa en vivo, recomendamos el guión escaleta o de continuidad.

En este formato solo se establece la continuidad del programa, el locutor debe improvisar los contenidos, desde luego tiene que tener conocimiento de lo que va a decir.

Para el programa grabado, sugerimos utilizar el guión técnico.

En este tipo de guión se establecen las indicaciones técnicas y de voz que se va a grabar en la producción radiofónica.

Un programa de radio suele tener un inicio, un desarrollo y un final, estos espacios se toman en cuenta a la hora de componer un guión de la siguiente forma:

- INICIO:
  - Dar la bienvenida y saludar a la audiencia.
  - Comentar el contenido del programa del día
  - Dar el pase al contenido
- DESARROLLO: Se va desplegando la información y la intervención de las ideas y dinámicas pre-producidas para la ocasión
- FINAL: Se despide y se convoca a la audiencia a continuar escuchando la programación de la emisora.





Bibliografía:

1. La Importancia de la Radio. Daniel Ocampo

http://danielocampo.wordpress.com/2006/10/06/la-importancia-de-la-radio/

2. "Manual urgente para Radialistas Apasionados". José Ignacio López Vigil. 1997

http://www.radialistas.net/manual.php

3. Mitos que Matan. Tito Ballesteros López

http://www.radioteca.net/cap/1100022.zip



Este material expone las principales herramientas para la producción radiofónica, iniciando con la idea de familiarizar al lector (a) con los elementos del lenguaje radiofónico y con las condiciones básicas para una producción de calidad, pasando luego por los géneros de la producción y por herramientas como la entrevista.

En esta guía se revisan también importantes recursos como las cuñas y los mantenimientos, terminando con la recomendación de un método que ayuda a producir un programa de radio y los roles y funciones en la producción.



